

# L'industrie genevoise change d'image et booste sa visibilité auprès du public

**#LEMONDEDEMAIN.** C'est le nom de la campagne lancée hier pour corriger le déficit d'image du secteur, malgré son poids dans le PIB genevois (15%).

ELSA FLORET

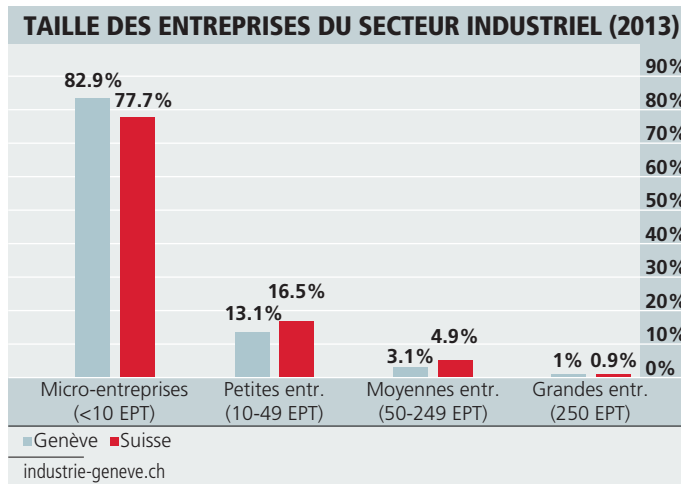
Saviez-vous que l'un des smartphones les plus vendus est doté d'une technologie développée à Genève? Que les ailes des avions Airbus sont fixées au fuselage grâce à un cintre en titane usiné à Genève?

L'industrie genevoise est un moteur d'innovation, qui crée 15% du PIB genevois, avec 25.000 emplois (8000 emplois dans le secteur manufacturier stricto sensu) et plus de 60% de la valeur des exportations cantonales, mais elle reste méconnue.

Afin de pallier ce déficit d'image, une campagne grand public a été lancée hier auprès de la presse réunie au Centre de Formation Pont-Rouge au Petit-Lancy.

## Un manque de 2000 places par année

Fruit d'un effort concerté de la **CCIG (Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève)**, l'**UIG (Union Industrielle Genevoise)**, l'**OPI (Office de Promotion des Industries et Technologies)** et la **FTI (Fondation pour les terrains industriels de Genève)** avec le soutien du Département de la Sécurité et de l'Economie du Canton de Genève, de la HES-SO Genève et de l'UNIGE, cette campagne #LeMondeDeDemain vise surtout à attirer l'attention des jeunes vers la multitude de filières



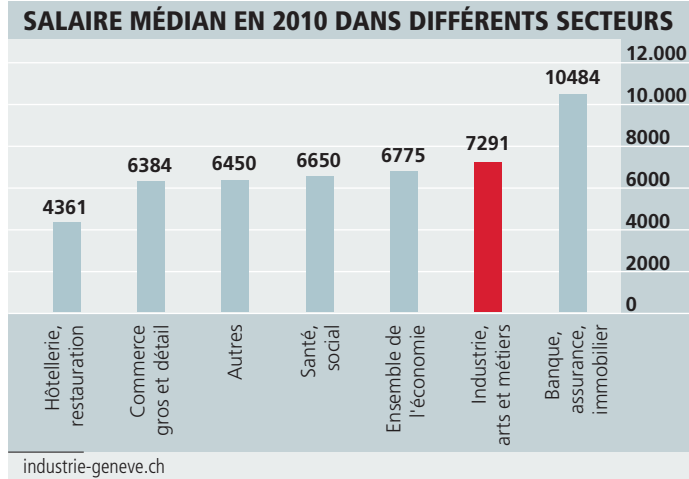
de formation et de débouchés professionnels qu'elle offre.

«L'objectif de la campagne est double. Outre la valorisation de l'image de l'industrie et sa diversité, il est crucial de planter dès aujourd'hui les graines, qui contribueront à attirer, former et recruter des jeunes dans les métiers de l'industrie. A l'échelle genevoise, quelque 2000 postes manqueront chaque année», alerte Pierre Maudet, Conseiller d'Etat chargé du département de la sécurité et de l'économie, en citant Hans Hess, président de Swissmen, qui calcule un manque 80.000 places de travail d'ici 2020 en Suisse, soit une perte de 17.000 postes par an avec des départs massifs en retraite. «Une telle campagne vise à mettre l'humain au

centre des préoccupations. L'image plus positive, l'esprit d'innovation et sa diversité plus visible; permettra à l'industrie de motiver la relève d'un secteur, qui représente toujours 15% de l'emploi genevois», rappelle **Frédérique Reeb-Landry**, directrice générale de la **CCIG**, qui s'exprime également au nom des principaux initiants que sont l'UIG, l'OPI, la FTI, HES-SO Genève et UNIGE.

## Un budget de 200.000 francs

Le budget de cette campagne, relayée sur les réseaux sociaux, s'élève à 200.000 francs, réparti entre l'Etat, les associations faitières, le monde académique et de la formation professionnelle. #LeMondeDeDemain concerne cinq



pôles d'excellence principaux: horlogerie, mécatronique, nouvelles technologies de l'information et de la communication, sciences de la vie et chimie spécialisée. Plus de 1700 entreprises donnent à l'industrie un visage aux multiples facettes, dont huit sociétés sur dix sont des microentreprises, avec moins de 10 emplois équivalent temps plein (*graphique ci-dessus*).

La campagne #LeMondeDeDemain sera également relayée par des spots diffusés dans les salles de cinéma et des bannières web, ainsi que sur Facebook et Instagram (*industriedegeneve*) et sur la chaîne YouTube *industrie-geneve*. Un autre argument méconnu est celui du niveau de rémunération. Selon une étude de l'Institut de Re-

cherche appliquée en Economie et Gestion (IREG) publiée en 2017, le salaire médian relevé dans l'industrie manufacturière genevoise s'élève à 7291 francs, soit un montant supérieur à celui du salaire médian genevois tous secteurs confondus, qui est de 6775 francs, sur la base de chiffres de 2010 (*graphique ci-dessus*). Argument, qui ne devrait pas laisser les futurs candidats ou candidates, insensibles. «Cette campagne grand public est une opération à long terme. En effet, nous connaissons l'inertie dans le domaine de la formation, qui s'élève à sept ans. Il ne faut donc pas tarder à s'adresser aux parents de jeunes hommes et jeunes femmes, en recherche d'orientation», conclue Nicolas Aune, Secrétaire général de l'UIG. ■